

Раскрытие книжного фонда осуществляется через: **книжные выставки**

Задача выставок – это продвижение чтения, облегчения поиска необходимой информации, привлечение внимания к той или иной проблеме, тому или иному документу.

Книжная выставка – одно из наиболее интересных направлений в работе библиотеки. Трудно представить проведение массовых мероприятий, конференций, творческих встреч с читателями без книжно-иллюстрированных выставок, просмотров, которые раскрывают фонд библиотеки по данной теме.

Основные виды выставок

1. Выставка новых поступлений
2. Тематическая выставка
3. Персональная выставка
4. Юбилейная выставка
5. Краеведческая выставка
6. Музейная выставка

Для демонстрации библиотечного фонда вне стен библиотек проводятся виртуальные выставки, как наглядная демонстрация библиотечного фонда. Виртуальные выставки позволят сформировать положительный имидж библиотеки, привлекут заинтересованных читателей, повысят обращаемость фонда.

Главные принципы организации свободного доступа:

- наглядность, простота, доступность
- логичность мышления – комфортность.

Комфортным библиотечное пространство делает, прежде всего, хорошо продуманная, понятная даже малоискушенному читателю организация фонда.

Оптимальной организации открытого доступа способствует многоступенчатая расстановка изданий с выделением фондов 3-х «уровней»:

1. **«Библио-экспресс»** - литература моментального спроса, подвижная, быстроменяющаяся часть фонда (новая, «модная», популярная литература);
2. **«Библио-константа»** - литература активного спроса, устойчивая, относительно стабильная часть фонда, неподвластная моде, проверенная временем классическая литература (книги, пользующиеся постоянным спросом читателей)
3. **«Библио-ретро»** - литература редкого и единичного спроса.

Информация о библиотеке

МУК "Ковернинская ЦБС" Ковернинская центральная районная библиотека

606570, Нижегородская обл., Ковернинский район, р.п. Ковернино, ул.К.Маркса, д.10

E-mail: biblioteka_kov@mail.ru

Web-сайт: www.books-kvr.do.am

Соц.сеть VK: <https://vk.com/club104017844>

Тел.8 831 57 2 11 60

Время работы:

Понедельник, вторник, среда, четверг, пятница, воскресенье с 8.00 до 18.00, суббота - выходной.

МУК «Ковернинская ЦБС»
Центральная библиотека

Книжный фонд и его продвижение в библиотеках

Библиотечный фонд — упорядоченное собрание документов, которое хранится в библиотеке. К ним относятся произведения печати (книги, периодические издания), а также другие документы (диафильмы, микрофильмы, электронные документы).

В библиотечном фонде документы собраны не произвольно, а подобраны на основе стандартного их отбора, в соответствии с задачами библиотеки и потребностями её читателей.



БИБЛИОТЕЧНЫЙ ФОНД –

сложное явление. Его можно рассматривать с разных позиций: как явление культуры, как часть информационных ресурсов общества и, наконец, как главный информационный продукт библиотеки.

Библиотечный фонд и документы из него, выдаваемые пользователям, рассматриваются как товар, предназначенный для реализации потребителям (пользователям).

Состав библиотечного фонда раскрывают: открытый доступ, разделители, каталоги, книжные выставки и обзоры, тематические полки, акции, выпуск библиографических материалов, видеоролики рассказывающие о книге, культурно - досуговые мероприятия, электронный каталог, официальный сайт библиотеки и социальные сети.

С понятием «доступность библиотечного фонда» также связано месторасположение библиотеки, её транспортная доступность, часы работы, выходные дни.

Задача, которая стоит сегодня перед библиотекарями - раскрыть библиотечные фонды, «зацепить» взгляд читателя, привлечь его внимание к книге.

ПОЗНАВАЙТЕ, ТВОРИТЕ!

РЕКЛАМА БИБЛИОТЕЧНОГО ФОНДА –

это целое искусство, которое заключается в умелом применении незаметных для читателя, ненавязчивых форм продвижения книги.

Конкуренция возникла не сегодня и закончится не завтра, скорее всего никогда. Но сегодня в наших руках появилось оружие (с позволения сказать массового поражения), которое поможет библиотекам в нелегкой борьбе за читателя и с каждым днем это оружие становится все совершеннее. Имя ему **мерчандайзинг**.

МЕРЧАНДАЙЗИНГ – это комплекс мероприятий, проводимых в зале открытого доступа для посетителей и направленных на эффективное представление и продвижение определенного товара, марки.

Мерчандайзинг включает в себя не только выкладку товара, но также расчет и построение оптимальной схемы движения потока людей, изучение целевых групп потребителей, факторов, влияющих на их поведение, методы управления восприятием посетителей. Все это касается библиотек самым непосредственным образом.

ДУМАЙТЕ, СВЕРШАЙТЕ!

УДОБНОЕ И ВЫГОДНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ

В любом помещении можно выделить «приоритетные» места, в которых книги будут брать активно и «мертвые зоны». Около кафедры – приоритетное место. Все, что здесь находится обречено быть замеченным. Углы – не ходовая зона. Но есть и индивидуальные особенности помещений, в которых + и – возникают стихийно. Чтобы увеличить поток читателей можно такие места активизировать, в зависимости от задач. (Например: *стеллаж переставить*).

Движение пользователей можно организовать, чтобы исключить «пробки» и как можно больше показать. Сделать это можно с помощью расстановки мебели, напольной графики и POS-материалов (информация о товаре: *штендер* (раскладушка, ставиться на пол), *мобайл* (типа указателя на картоне для потолка), *воблер* (на гибкой ножке), *джумби* (увеличенная копия товара).

Мерчандайзинг не требует больших материальных затрат. Но, безусловно, требует постоянного внимания. Как только книги «встали», на видеокассеты никто не обращает внимания, пользователи почему-то обходят стеллаж стороной – пора принимать меры. Нужно разбираться в причинах и устранять их.

**ДЕЙСТВУЙТЕ,
ЭКСПЕРИМЕНТИРУЙТЕ!**